

Plan 467 GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Asignatura 45620 DIRECCIÓN DE EQUIPOS

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

OBLIGATORIA

Créditos ECTS

3 ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

G1. Poseer y comprender conocimientos de economía general, economía de la empresa y dirección de marketing, para alcanzar el nivel propio de los libros de texto avanzados e incluyan también algunos elementos de vanguardia, específicamente en el ámbito de marketing analítico y estratégico.

G2. Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo de forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas de carácter económico-empresarial.

G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos e información relevante desde el punto de vista económico-empresarial para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética.

G4. Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones relacionados con asuntos económico-empresariales, a públicos especializados y no especializados, de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.

G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con alto grado de autonomía.

G6. Ser capaz de pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo, a la vez que respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre mujeres y hombres, los derechos humanos, los valores de una cultura de paz y democráticos, así como los principios medioambientales, de responsabilidad social y de cooperación al desarrollo que promueven un compromiso ético en una sociedad global, intelectual, libre y justa.

Específicas

- E1. Poseer un conocimiento adecuado de la empresa, su marco institucional y jurídico, así como los elementos básicos del proceso de dirección, la organización, la contabilidad, la fiscalidad, las operaciones, los recursos humanos, la comercialización y la financiación e inversión.

- E5. Conocer los elementos clave para el asesoramiento científico y técnico en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones de acuerdo con las necesidades sociales, los objetivos correspondientes, la legislación vigente y la responsabilidad social de las empresas.

Qué debe saber hacer:

- E8. Recopilar e interpretar diversas fuentes de información (bibliográficas, estadísticas, etc.) mediante diferentes herramientas.

- E9. Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el campo de marketing analítico y estratégico, así como, las correspondientes técnicas y herramientas prácticas, utilizando, en su caso, internet u otros recursos electrónicos y los métodos pertinentes, sean matemáticos, estadísticos, econométricos y cualitativos.

- E11. Redactar proyectos y planes de dirección global, o referidos a áreas funcionales de las organizaciones, incluyendo, en su caso, propuestas de mejora.

- E12. Elaborar informes de asesoramiento en el ámbito de la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.

- T1. Capacidad para comunicarse de forma fluida, tanto oral como escrita, en castellano.
- T2. Capacidad para leer, comprender y redactar textos en inglés y, en su caso, otros idiomas extranjeros.
- T3. Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las Tecnologías de la Información y la comunicación (TICs).
- T4. Demostrar capacidad intelectual para el pensamiento analítico y la interpretación económico-empresarial de documentos, bases de datos e informaciones sociales, así como desarrollar un espíritu crítico ante el saber establecido.
- T5. Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo, sobre la base del respeto mutuo.
- T6. Gestionar de forma eficiente el tiempo, así como planificar y organizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para adoptar decisiones y afrontar dificultades cuando estas aparezcan.
- T7. Adquirir un compromiso ético en el ejercicio de la profesión.
- T8. Desarrollar una actitud favorable al cambio y poseer una alta capacidad de adaptación (flexibilidad).
- T9. Desarrollar una actitud favorable de espíritu emprendedor, el trabajo en ambientes multiculturales, la creatividad, la innovación comercial y la búsqueda de nuevos enfoques en la relación de las empresas con sus clientes.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Desarrollar habilidades básicas para trabajar correctamente en equipo y dirigirles con éxito.
- Incentivar al alumno a trabajar en equipo en diversos ámbitos de las organizaciones
- Enseñar las principales ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo
- Experimentar situaciones cuasi-reales de trabajo en equipo, para conseguir un aprendizaje activo
- Aplicar el aprendizaje de trabajo en equipo al área particular de marketing/comercial de las organizaciones.

Contenidos

Tema 1.- El trabajo en equipo en las organizaciones.

- 1.1. Concepto de grupo y equipo. El equipo de trabajo en las organizaciones.
- 1.2. Ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo.
- 1.3. Tipos de equipos de trabajo en las organizaciones.
- 1.4. Creación de un equipo efectivo de trabajo.

Tema 2. La Interdependencia social y la comunicación en los equipos de trabajo

- 2.1. La interdependencia social de los miembros de un equipo
- 2.2. La comunicación interna en los equipos
- 2.3. Técnicas de comunicación en los equipos

Tema 3. La toma de decisiones y resolución de conflictos en el equipo de trabajo

- 3.1. La toma de decisiones grupales
- 3.2. Estrategia cooperativa versus competitiva en los equipos
- 3.3. El conflicto en los equipos
- 3.4. Resolución de conflictos y negociación en los equipos

4. La creatividad e innovación en los equipos de trabajo

- 4.1. La necesidad de creatividad en los equipos

- 4.2. La gestión de equipos innovadores
- 4.3. Herramientas para fomentar la creatividad en los equipos

- 5. El liderazgo en los equipos de trabajo
 - 5.1. El liderazgo en los equipos
 - 5.2. Habilidades directivas para el liderazgo de equipos. Perfil de un buen líder.
 - 5.3. Diversos estilos de dirección en los equipos
 - 5.4. El papel del "coach" en los equipos

- 6. La motivación de los equipos de trabajo
 - 6.1. La necesidad de motivar a los equipos
 - 6.2. La retribución grupal
 - 6.3. La evaluación del rendimiento grupal
 - 6.4. Principales barreras a la gestión eficaz de equipos

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Audiovisuales que proporcionarán al alumno ejemplos acerca de alguna de las cuestiones abordadas en el bloque temático, sirviendo de base para posteriores trabajos en equipos sobre el tema planteado en cada uno de ellos.

Clase magistral, que dará lugar a la exposición por parte del profesor, de manera organizada y sistemática, de los fundamentos teóricos de cada una de las unidades temáticas del programa, apoyada con la proyección de diapositivas.

Casos prácticos que describan la situación concreta de una empresa, que expone un problema, reto o alternativas de acción, trabajados de forma grupal.

Dinámica de grupos con objeto de que el alumno experimente, a través de juegos, la teoría de equipos en situaciones cuasi-reales vividas en el aula. Será la herramienta metodológica esencial.

Role-playing planteando situaciones simuladas de diversos temas, relacionadas con la dirección de equipos.

Tutorías, con las que el profesor completará la exposición teórica y la dirección de las prácticas con una atención individualizada dispensada al alumno/equipos.

Criterios y sistemas de evaluación

La evaluación del alumno constará de 2 partes:

1. El examen escrito final (70% de la nota). Constará de diversas cuestiones de teoría aplicada.
2. La nota grupal (30% de la nota). Cada equipo será evaluado por los resultados, dentro y fuera del aula, en diversas actividades grupales. También, se tendrá en cuenta su actitud e implicación en clase. Se podrá penalizar a aquellos alumnos que no asistan a clase, en particular, a las prácticas grupales (excepto causa justificada).

§

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Pizarra estándar
Cañon de proyección
Ordenador
Campus virtual
Libros de texto
Artículos de prensa
Material de papelería

Calendario y horario

- 2º cuatrimestre
- Semana 9 a 15

Horario: Tarde

- Martes de 10 a 12h
- Miercoles de 9 a 10h
- Juevesde 9 a 10h

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

HORAS PRESENCIALES:

- TEORICAS: 14
- PRACTICAS: 14 (sin desdoblar el grupo)
- Otras actividades: Evaluación: 10

HORAS NO PRESENCIALES:

- ESTUDIO INDIVIDUAL AUTONOMO: 20
- TRABAJO GRUPAL: 10

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Pilar Pérez Santana

Dpto. Organización de Empresas y CIM

Fac.CC.EE y EE.

Despacho nº 124

pilarps@eco.uva.es

Líneas de investigación:

Especialización en Recursos humanos (retribución, satisfacción laboral, trabajo en equipo, formación, retención de empleados, gestión de conocimiento, etc)

Idioma en que se imparte

Castellano